

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE ZOOTECNIA**

ROBERTO ROMEU VARGA

**PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA DO
MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS - SC**

**FLORIANÓPOLIS - SC
2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE ZOOTECNIA**

ROBERTO ROMEU VARGA

**PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA DO
MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS - SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como exigência para obtenção do Diploma de
Graduação em Zootecnia da Universidade Federal
de Santa Catarina.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sandra Regina Souza
Teixeira de Carvalho.

**FLORIANÓPOLIS - SC
2015**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Varga, Roberto Romeu

Perfil do Consumidor de Carne Suína do Município de
Florianópolis - SC / Roberto Romeu Varga ; orientadora,
Sandra Regina Souza Teixeira de Carvalho - Florianópolis,
SC, 2015.

34 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências
Agrárias. Graduação em Zootecnia.

Inclui referências

1. Zootecnia. 2. Carne suína. 3. Consumo. 4. Consumidor.
I. Regina Souza Teixeira de Carvalho, Sandra. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Zootecnia. III. Título.

Roberto Romeu Varga

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS - SC

Esta Monografia de Trabalho de Conclusão de Curso foi julgada aprovada e adequada para obtenção do grau de Zootecnista.

Florianópolis, 16 de junho de 2015.

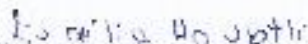
Banca Examinadora:



Prof.^a Dr.^a Sandra Regina Souza Teixeira de Carvalho
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.^a Dr.^a Marilda da Penha Teixeira Nagaoka
Membro da Banca Examinadora
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.^a Dr.^a Lucélia Hauptli
Membro da Banca Examinadora
Universidade Federal de Santa Catarina

“Que os vossos esforços
desafiem as impossibilidades,
lembrai-vos de que as grandes
coisas do homem foram
conquistadas do que parecia
impossível”.

Charles Chaplin

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me fez superar as dificuldades encontradas no caminho e consegui mais uma conquista com esse trabalho.

Agradeço aos meus pais Iria Buss Varga e Romeu Irineu, a minha irmã Elaine Cristina Varga e as minhas sobrinhas Paola e Emanule, que me apoiaram e incentivaram e deram forças para continuar.

Agradeço aos meus amigos/irmãos de turma Aline, Bruna, Daiane, Gustavo, Jhônatan, Lauana e Vanderlei que durante toda a graduação estiveram comigo, obrigado por todos os momentos vividos juntos de vocês.

Agradeço também ao André, Edvanio, Emerson, Evaldo, Marcos, Rosangela, Valéria e Vanessa por todos os momentos e ao apoio um muitíssimo obrigado.

Agradeço aos demais que estiveram presentes durante a minha vida acadêmica.

A professora Sandra Regina Teixeira e Carvalho pela orientação durante a graduação.

Agradeço imensamente a todos os professores do Curso de Zootecnia por todos os conselhos e dedicação, que fizeram parte do meu desenvolvimento fosse o melhor possível.

As professoras Lucélia Hauptli e Marilda da Penha Teixeira Nagaoka, que gentilmente aceitaram participar desta banca examinadora.

E a todos que participaram de alguma maneira desta conquista.
Muito obrigado!

RESUMO

A carne suína apresenta grande importância quanto ao consumo e a produção no cenário mundial e Santa Catarina se destaca por ser o estado com maior representatividade na produção suinícola nacional. Contudo, os índices de consumo de carne suína per capita ainda são baixos, tendo potencial de crescimento. Assim, a avaliação dos atributos considerados importantes pelos consumidores de carne suína na aquisição deste produto possibilita identificar a demanda do mercado. Esse trabalho teve como objetivo conhecer melhor os hábitos de consumo de carne suína na cidade de Florianópolis, seus entraves e se possível sugerir alternativas para aumento do consumo desta carne, mediante aplicação de questionários com perguntas fechadas. A pesquisa possibilitou verificar que 77,1% dos consumidores avaliados consomem carne suína *in natura*, e que destes 20,6% declararam consumir carne suína de 2 a 3 vezes por semana. Itens como qualidade e cortes foram considerados os de maior importância no ato da compra e, o preço foi um dos menos importantes, sugerindo que os consumidores preocupam-se mais com qualidade do que com o preço. Os cortes de maior preferência são costela e pernil, seguidos do lombo e carré. A maior parte dos consumidores justificou não consumir carne suína com maior frequência pela falta de hábito. Conclui-se que a expansão do consumo de carne suína requer investimentos em marketing estimulando e conscientizando a população quanto aos benefícios do consumo da carne suína.

Palavras-chave: carne suína, consumo, consumidor, qualidade, preferências.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Composição Nutricional de alguns cortes suínos e da sobrecoxa de frango e contra filé bovino.....	14
Tabela 2: Faixa Etária dos Consumidores.....	20
Tabela 3: Renda Mensal dos Consumidores.....	21
Tabela 4: Refeição que a Carne Suína é Consumida.....	22
Tabela 5: Percentual de Justificativas de não Consumir de Carne Suína.....	25
Tabela 6: Percentual de Justificativas de não Consumir Carne Suína com Maior Frequência.....	26

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Consumo de Carne Suína <i>in natura</i>	21
Figura 2: Critério de Escolha na hora da Compra.....	22
Figura 3: Frequência de Consumo de Carne Suína.....	23
Figura 4: Cortes Cárneos Suínos mais Apreciados pelos Consumidores.....	24

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	13
2.1 Objetivo Geral	13
2.2 Objetivos Específicos	13
3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	14
3.1 Características da Carne Suína	14
3.2 A Carne Suína e a Preferência dos Consumidores	15
3.3 Mitos e Verdades da Carne Suína	17
4. MATERIAL E MÉTODOS	19
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
6. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS	28
ANEXO	32
Anexo 1: Questionário	32

1. INTRODUÇÃO

A carne suína é a proteína animal mais consumida em todo o mundo, neste cenário mundial o Brasil ocupa a quarta posição em sua produção. A produção mundial de carne suína no ano de 2013 foi de 107,5 milhões de toneladas, o Brasil produziu 3,37 milhões de toneladas, sendo que 82,2% desta produção foi consumido internamente, com consumo per capita de 15 kg/ano. Este fato mostra o baixo consumo em relação ao consumo de carne de frango que está acima de 45 kg/hab/ano e o da carne bovina ao redor de 37 kg/hab/ano (ABPA, 2013; ABIPECS, 2013).

Na década de 1970 a finalidade da criação de suínos era o abastecimento de banha e carne. A banha era utilizada na conservação dos alimentos perecíveis, em especial as carnes, já que não havia possibilidade de conservá-las por resfriamento. A partir do surgimento dos óleos vegetais, a cadeia produtiva suinícola passou por uma grande transformação genética e tecnológica e os animais, passaram de um suíno tipo banha para um suíno tipo carne, para atender os consumidores (MENASCHE, 2007).

Conforme Horta et. al. (2010) o baixo consumo de carne suína no país pode estar relacionado em grande parte aos mitos e lendas relacionados aos possíveis efeitos negativos da carne suína sobre a saúde dos consumidores, ficando em terceiro lugar na preferência dos consumidores brasileiros. Horta et. al. (2010) ainda relatam que a evolução que ocorreu com os suínos não foi acompanhada pelos consumidores, que sem informação continuam pensando que a carne suína ainda traz prejuízos a saúde. Segundo Sarcinelli, Venturini e Silva (2007), o consumo da carne suína é visto como tabu por muitos consumidores por acreditarem que ela é rica em gordura e faz mal a saúde, mas é comprovada do ponto de vista nutricional, que isso é uma inverdade, pois a carne suína é rica em nutrientes e essenciais como ácidos graxos monoinsaturados, vitaminas e minerais.

O estado de Santa Catarina detém 25% do rebanho nacional de suínos, sendo o maior rebanho do país, é o estado que mais produz e exporta carne suína. A produção de suínos em Santa Catarina se faz mais presente na região oeste, onde estão localizadas as grandes cooperativas integradoras (ABIPECS, 2013). O

consumo de carne suína no estado foi em média 23,63 kg per capita no ano de 2011, enquanto que a média brasileira no mesmo ano é de apenas 12,94 kg per capita (EPAGRI, 2012).

Diante do potencial de consumo interno no Brasil, é de fundamental importância à caracterização dos problemas recorrentes que incidem sobre o baixo consumo de carne suína no país. Assim, este trabalho propõe conhecer melhor os hábitos de consumo de carne suína no município de Florianópolis, seus entraves e se possível sugerir alternativas para aumento do consumo desta carne.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Este trabalho propõe conhecer melhor os consumidores de carne suína no município de Florianópolis, os entraves ao consumo e sugerir alternativas para aumento do consumo desta carne.

2.2 Objetivos Específicos

- Coletar e analisar características como faixa etária, sexo e renda mensal dos consumidores.
- Analisar os hábitos do consumidor em relação à compra e consumo de carne suína, local de compra, critérios de escolha, frequência de consumo e preferências.
- Identificar os entraves do consumo e motivos do baixo consumo, quando houver.
- Após análise dos dados, sugerir alternativas para aumento do consumo.

3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 Características da Carne Suína

A carne suína, devido às suas características de proteína, que apresentam elevado valor biológico e boa digestão, vem liderando há décadas o ranking mundial de proteína animal com maior consumo. Isto também se deve a grande variedade de produto para diversas opções de consumo. A carne suína ainda apresenta elevadas quantidades de ácidos graxos monoinsaturados, vitaminas do complexo B, diversos minerais, e rica em aminoácidos como triptofano e treonina quando comparado à carne bovina. O teor de gordura e valor calórico depende da localização do corte de carne no animal (SARCINELLI, VENTURINI & SILVA, 2007). Na Tabela 1 pode-se visualizar a composição nutricional de 3 cortes cárneos de origem suína em comparação a cortes de aves e bovinos.

Tabela 1: Composição Nutricional de alguns cortes suínos e da sobrecoxa de Frango e contrafilé Bovino.

	Lombo Pernil Costela			Sobrecoxa de frango	Contra-filé bovino
Calorias (Kcal)	136	222	282	211	243
Proteínas (g)	20	18,7	16,1	17,2	19
Lipídeos (g)	5,4	15,6	23,5	15,2	17,9
Carboidratos (g)	-	-	-	-	-
Ac. Graxos saturados	1,87	5,44	8,73	4,38	7,29
Ac. Graxos monoinsaturados	2,42	6,98	1,96	3,38	0,64
Ac. Graxos polinsaturados	0,58	1,68	1,96	3,38	0,64
Colesterol (mg)	66	66	81	84	67
Ferro (mg)	1,2	0,77	0,91	0,99	1,58
Magnésio (mg)	25	21	16	20	18
Sódio (mg)	49	61	75	76	53
Potássio (mg)	359	333	233	192	295
Selênio (mg)	32,4	30,7	24	12,9	16,7

O Brasil é um dos principais produtores mundiais de carne suína, ocupando posição de destaque no mercado internacional pela ótima condição sanitária de seus rebanhos. No entanto os consumidores apresentam uma grande preocupação em relação a qualidade e processamento da carne suína, essa preocupação ainda esta relacionada aos mitos de que a carne traz problemas a saúde. No entanto, a carne suína teve uma grande evolução nos últimos 20 anos, na diminuição da gordura, colesterol e calorias. Devendo deixar explícitos os avanços alcançados na suinocultura, pois o consumidor procura carne como fonte de proteína animal para suprir suas necessidades nutricionais, e que lhe dê segurança, satisfação e praticidade no consumo (FALLEIOS, MIGUEL & GAMEIRO, 2008).

3.2 A Carne Suína e a Preferência dos Consumidores

A preocupação com a qualidade dos alimentos ingeridos é crescente por parte dos consumidores, especialmente para os mais exigentes do mercado. Segundo Trucchio e Antonialli (2008) o consumidor é que determina o que quer comprar e o mercado deve se adequar as demandas dos consumidores. Desta forma, a qualidade para o consumidor atual não é mais um diferencial, mas sim uma obrigação do mercado produtor. Ainda está relacionada ao fator preço na decisão de compra. Assim, o mercado necessita adequar-se as exigências dos consumidores modernos que buscam produtos de alta qualidade, de maior valor agregado e produtos de maior conveniência.

A definição de qualidade pode seguir em duas linhas totalmente diferentes. No primeiro, a qualidade é considerada um produto da mente do consumidor, sendo altamente subjetiva e impossível de ser medida (BECKER, 2002). Sabe-se que os consumidores, quando tomam decisões de compra, utilizam uma série de fatores (preço, coloração, corte, quantidade, teor de gordura subcutânea e intramuscular, aparência da embalagem) para avaliar a qualidade da carne (LAWRIE, 2005).

Após a compra, atributos sensoriais como suculência, maciez e sabor se tornam significativos, determinando se o consumidor tenderá a comprar o produto novamente (BRASHEAR et. al., 2002; GOODING et. al., 2009). No entanto, a importância desses atributos é fortemente influenciada por preferências regionais e individualmente por consumidor (LAWRIE, 2005).

Nesse segundo contexto, surge o conceito de qualidade objetiva, podendo ser mensurável e refletindo os atributos de qualidade (como pH, coloração, maciez, suculência, dentre outros). Quanto mais características de um produto possam ser medidas com métodos reproduzíveis, mais completa será a determinação de sua qualidade (BECKER, 2002).

Em geral o pH da carne suína de melhor qualidade é mais elevado. Diversos fatores podem afetar o pH da carne, como a genética do animal, o emprego do frio na indústria, o processamento tecnológico e a administração de substâncias antes do abate. Estudos demonstraram que o pH do lombo suíno está associado à variação de seus atributos de qualidade como a coloração e a capacidade de retenção de água, e também à manutenção do prazo de vida comercial, sendo todos fatores que afetam na hora da compra da carne suína (HOLMER et. al., 2009). A coloração é um atrativo no momento da compra da carne, podendo ser modificada de acordo com a dieta dos animais, ingredientes adicionados durante o processamento na indústria e tipo de embalagem. Para a indústria da carne suína, a coloração rósea brilhante, é importante por ser associada pelos consumidores ao frescor da carne (GOODING et. al., 2009). A maciez é relacionada a diversos fatores, tais como: espécie, idade, sexo, raça, músculo, processo de abate e de industrialização, quantidade de tecido conjuntivo e quantidade de gordura intramuscular (marmoreio), podendo ser alterada durante o cozimento, dependendo do tempo e da temperatura utilizados (LAWRIE, 2005). A suculência resulta da capacidade de retenção de água da carne, que é a capacidade que apresenta o tecido muscular de reter sua própria água quando se aplicam processos como corte, moagem, cocção ou prensagem, refletindo diretamente na suculência da carne (HONIKEL, 1998).

O desenvolvimento de novos produtos, incluindo produtos como a carne *in natura*, deve ser realizado de acordo com as exigências dos consumidores. Portanto, o conhecimento sobre as preferências dos consumidores, a aceitação e comportamento de escolha é crucial para a indústria em seu objetivo de produzir carne de alta qualidade (AASLYNG et. al., 2007).

Bryhni et. al. (2003) mencionam que é de grande importância para as indústrias que utilizam a carne suína como matéria-prima, conhecerem a preferência dos consumidores por esse produto, no sentido de atender ao mercado consumidor.

Para tanto, a utilização de pesquisas com o público-alvo podem auxiliar na identificação das preferências dos consumidores.

Pesquisas feitas por Zamberlan (2002); Bezerra et. al. (2007); Falleios, Miguel e Gameiro (2008); Verbeke et. al. (2010); Thoms et. al. (2010); Rodrigues et. al. (2011); e Santos et. al. (2011) em diferentes regiões do Brasil mostraram que os consumidores evitam comer carne suína *in natura*, pois associam ao fato da carne suína ser vista como mais gorda, de pior sabor, menos saudável, de menor qualidade e responsável por diversas doenças, e observou que os consumidores ainda demonstram algumas restrições, pela antiga forma de criação destes animais, com poucos cuidados sanitários. Em países desenvolvidos os consumidores que tem um maior conhecimento da produção e da qualidade que a carne suína apresenta, consideram a carne suína um componente importante na saúde e na dieta, além de mostrarem-se apoiadores do desenvolvimento de tecnologias que objetivem melhorar os atributos de saúde de produtos cárneos e a garantia de uma alimentação de qualidade.

3.3 Mitos e Verdades da Carne Suína

O consumo da carne suína per capita ainda é baixo devido aos mitos e lendas que rondam a cadeia suinícola, e o caminho a ser percorrido na busca do esclarecimento da verdade deverá ser longo e difícil, pois a quebra de mitos e lendas pode durar mais que uma geração (ROPPIA, 2002).

A crença de que a carne suína apresenta problemas sanitários originou-se na época em que os suínos eram criados soltos, em fundos de quintais sem nenhum controle. A Teníase é a doença causada por um parasita chamado de *Taenia ssp.* As tênias precisam de dois hospedeiros para completar o seu ciclo evolutivo. E o homem, que é o único hospedeiro definitivo da tênia (único a possuir a fase adulta do verme). O outro hospedeiro chamado de intermediário, pois nele só ocorre à fase larvar (cisticerco), podem ser os suínos, bovinos, carneiros, etc. Os humanos portadores de teníase eliminam grande quantidade de ovos da tênia nas fezes, podendo se autocontaminar, e, caso defequem no ambiente, podem contaminar a água, pastagens, saladas, hortaliças etc. Para os humanos desenvolverem a cisticercose eles precisam ingerir ovos da tênia que são eliminados pelos próprios humanos contaminados com a solitária. No entanto, nas atuais criações, em

sistemas totalmente confinados, ou à solta em ambiente controlado, com alimentação limpa, controlada e balanceada e com rigoroso controle sanitário, este risco não mais existe. Além disso, convém salientar que o sistema de inspeção ao abate avalia individualmente cada carcaça e facilmente identifica os casos positivos, os quais correspondem a apenas 0,008%, segundo dados do Serviço de Inspeção Federal (ROPPA, 2002).

Entre os mitos relacionados à carne suína está a crença de que ainda se trata de uma carne muito gordurosa, da forma que era produzida no passado, a partir de animais não melhorados para alta produção. Esta preocupação não tem mais motivo, uma vez que a percentagem média de redução de gordura na carcaça dos suínos foi de 31% nos últimos 20 anos, além disso, houve diminuição de 10% do colesterol e 14% de calorias, tornando a carne suína brasileira mais magra e nutritiva, além de saborosa (MAPA, 2014).

4. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi desenvolvida utilizando-se um questionário com base nas revisões bibliográficas e nos objetivos propostos nesse projeto de pesquisa, constando de 12 questões fechadas, com perguntas referentes ao perfil geral e socioeconômico dos consumidores, além dos seus hábitos de consumo em relação à carne suína no município de Florianópolis (Anexo 1).

Após elaboração do questionário, o mesmo foi aplicado via formulário eletrônico Google Docs. Foram respondidos 157 questionários por pessoas de todas as regiões da cidade, tendo uma distribuição heterogênea da população quanto aos parâmetros de estrato social, sexo e idade.

Os dados obtidos diretamente por meio das respostas dos questionários foram coletados nos meses de março e abril de 2015, tabulados e submetidos à análise estatística descritiva, com ênfase na distribuição de frequências relativas das respostas (SAMPAIO, 1998). Para isso utilizou-se o software Microsoft Office Excel 2007.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o intuito de caracterizar a população amostral da pesquisa, os dados obtidos levaram em conta as variáveis: idade, gênero, renda, bairro, hábito de consumo, local de compra, critérios na escolha da compra, em qual refeição consome, frequência de consumo, cortes de escolha, o que leva a não consumir carne suína, o que leva o não consumir carne suína com maior frequência. Conforme Zamberlan (2002), estas perguntas visam descrever as particularidades dos consumidores de carne suína e auxiliam na determinação dos segmentos de mercado.

Visualizando a amostra da faixa etária coletada através da Tabela 2, verifica-se uma maior concentração de consumidores nas faixas de 20 a 40 anos, representando quase 4/5 da amostra pesquisada (78,4%), esse resultado se deve ao fato do questionário ter sido respondido por consumidores aos arredores da universidade.

Tabela 2: Faixa Etária dos Consumidores.

Idade	Nº de respostas	%
Até 20 anos	18	11,5
Entre 21 e 30 anos	99	63,1
Entre 31 e 40 anos	24	15,3
Entre 41 a 50 anos	10	6,4
Entre 51 e 60 anos	5	3,2
Acima de 61 anos	1	0,6
Total	157	100,0

Fonte: Próprio autor.

Levando em conta a variável gênero, percebe-se um predomínio do gênero feminino com 52,2%, enquanto que o gênero masculino aparece com 47,8%, os questionários foram respondidos inteiramente ao acaso.

Considerando a amostra coletada, verifica-se que a renda mensal (Tabela 3) dos consumidores concentra-se na faixa de renda de até 3 salários mínimos (59,7%), seguida pela renda de 3 a 6 salários mínimos (19,4%). A renda familiar foi pesquisada por ser uma variável demográfica importante para verificar se o comportamento dos consumidores, diante de determinados produtos, varia de acordo com a condição econômica. A renda foi deixada como resposta opcional já

que as pessoas poderiam sentir-se constrangidas quando questionados sobre este quesito.

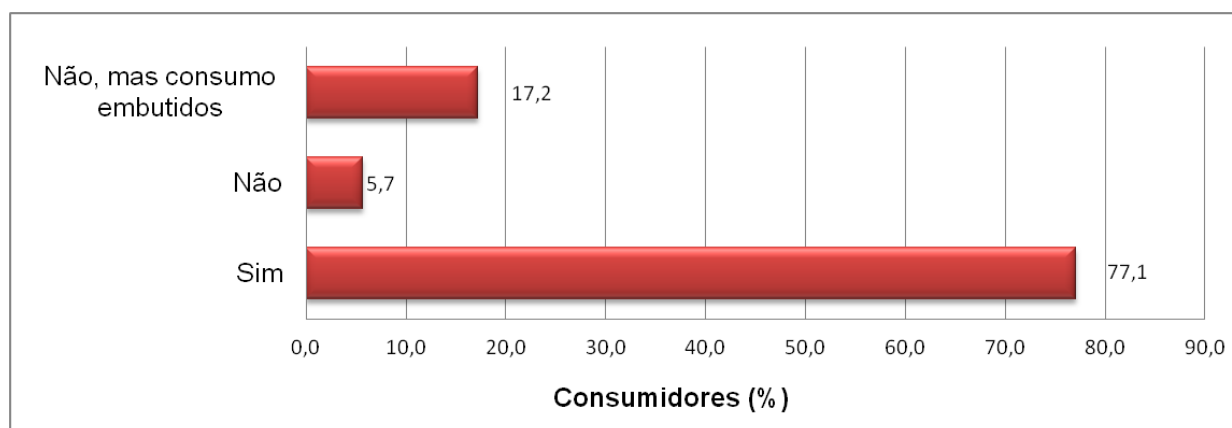
Tabela 3: Renda Mensal dos Consumidores.

Renda	Nº de respostas	%
Até 3 salários mínimos	80	59,7
Mais de 3 a 6 salários mínimos	26	19,4
Mais de 6 a 10 salários mínimos	18	13,4
Mais de 10 a 20 salários mínimos	9	6,7
Acima de 20 salários mínimos	1	0,7
Vazias	23	17,2
Total	134	100,0

Fonte: Próprio autor.

Dos consumidores pesquisados de carne suína no município de Florianópolis, observou-se que 77,1% consomem carne suína *in natura*, 5,7% não consome a carne e 17,2% consomem somente embutidos (Figura 1). Barata et. al. (2014) observou valores semelhantes de consumo de carne suína na Comunidade Ufraniana - Universidade Federal Rural da Amazônia que 78,32% da comunidade consome carne suína, 21,68% não consome a carne.

Figura 1: Consumo de Carne Suína *in natura*.

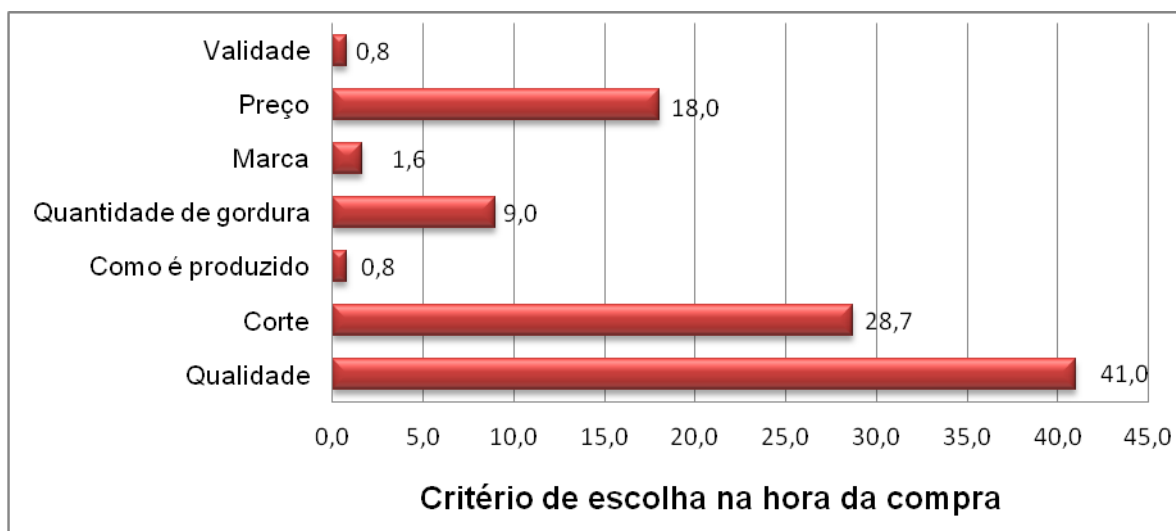


Fonte: Próprio autor.

Verificou-se que o local de preferência na aquisição da carne suína foi o mercado com 74,8%, seguida pelo açougue com 15,3% e a boutique de carne com 1,5%. Cavalcante Neto et. al. (2003) verificou na microrregião de João Pessoa que a maioria dos consumidores realiza a compra da carne suína no mercado, que tem uma maior preferência dos consumidores devido à facilidade e praticidade de acesso ao produto.

No quesito critério de escolha na hora da compra o que teve maior impacto foi a qualidade com 41%, seguido pelo corte com 28,7% e em terceiro lugar está o preço com 18%, isso se deve pelo fato da carne suína já possuir um preço acessível (Figura 2). Heinen (2013) também observou que o preço é considerado um dos aspectos de menor importância no momento da compra pelos consumidores, demonstrando que muitas vezes o consumidor procura outras informações referentes ao produto que ultrapassam a questão do preço do produto.

Figura 2: Critério de Escolha na hora da Compra.



Fonte: Próprio autor.

Levando em conta a variável refeição em que a carne suína é consumida verifica-se na Tabela 4 que ela faz parte da refeição comum fazendo parte das refeições do dia a dia dos consumidores florianopolitanos, e em segunda opção está o churrasco. Barcellos (2007) percebeu que os consumidores consideram o churrasco como uma dessa refeição especial.

Tabela 4: Refeição que a Carne Suína é Consumida.

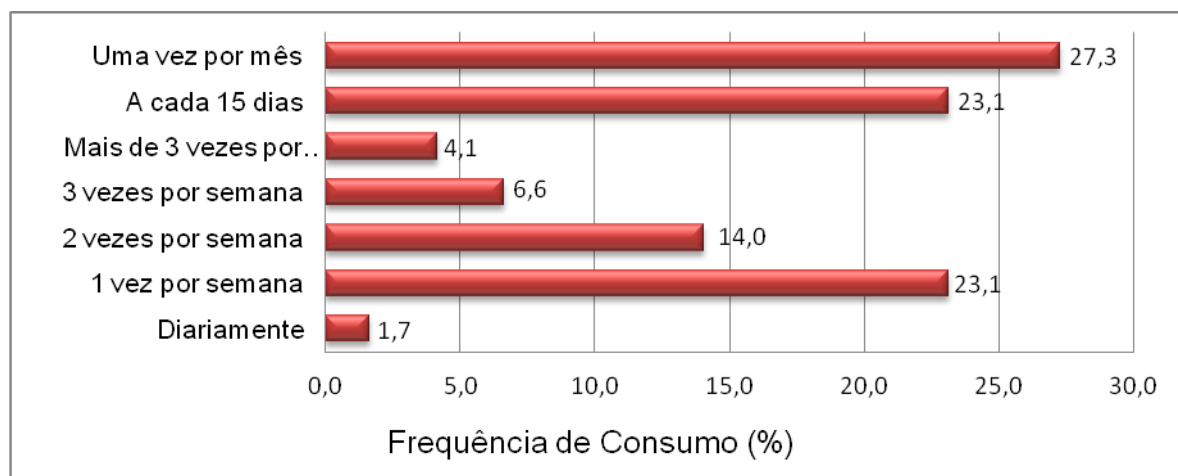
Refeição que Consome	Nº de respostas	%
Churrasco	48	39,7
Refeição especial	11	9,1
Refeição comum	59	48,8
Fora de casa	3	2,5
Total	121	100,0

Fonte: Próprio autor.

A Figura 3 apresenta a frequência do consumo de carne suína pelos consumidores, que na maioria consomem carne suína com uma frequência de 2 a 3

vezes por semana, representando 20,6%. Estes resultados são relevantes no sentido de que Santa Catarina tem uma produção de carne suína muito significativa possibilitando um alimento habitual na rotina semanal da maioria dos consumidores, e resultando em preços mais acessíveis em comparação a carne bovina que é importada de outros estados brasileiros. Bezerra et. al. (2007) em pesquisa de frequência de consumo de carne suína *in natura* na microrregião de Campina Grande, Paraíba, relatam que apenas 12,84% dos consumidores consomem carne suína duas vezes por semana e 11,60% consomem três vezes por semana. Em pesquisa realizada por Souza (2007) no município de Pelotas, RS quanto à frequência de consumo, 48,5% das pessoas afirmaram consumir de duas a cinco vezes por mês, apenas 5,4% consomem diariamente a carne suína e 33,9% consomem mensalmente. A diferença encontrada pelos autores pode ser devido a região sul do país já ser uma grande consumidora de carne suína em relação as demais regiões, isso explica a diferença na frequência de consumo.

Figura 3: Frequência de Consumo de Carne Suína.



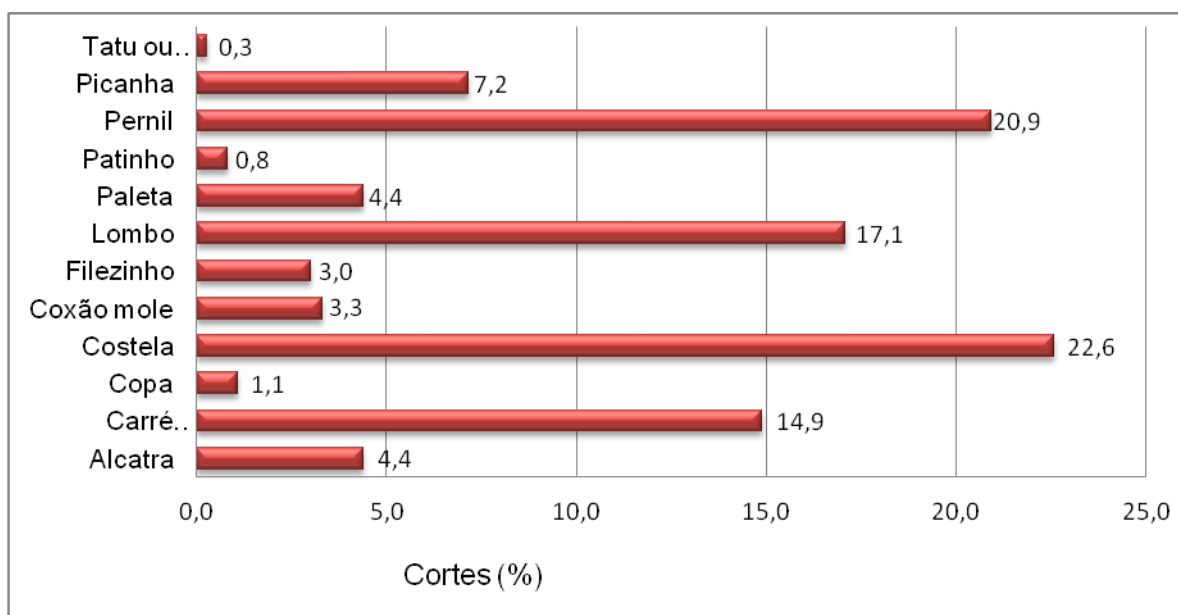
Fonte: Próprio autor.

Observou-se preferência pelo consumidor em relação aos cortes de costela e pernil, representando 42,1% dos consumidores (Figura 4), seguido do lombo e carré com 32,5% da preferência, esses quarto cortes representaram $\frac{3}{4}$ da preferência de carne suína dos consumidores de Florianópolis.

Os consumidores entrevistados por Heinen (2013) demonstraram maior preferência de consumo de bisteca e costela, seguido do pernil. Bezerra et. al. (2007) observaram na microrregião de Campina Grande, Paraíba maior preferência de consumo por bisteca entre os consumidores, seguido da costela e do pernil. No

Distrito Federal, o corte mais consumido segundo Murata et. al. (2002), é o pernil, e a costela aparece em segundo lugar, seguida da bisteca, que é o corte preferido na microrregião de João Pessoa, segundo Cavalcante Neto (2003). Em segundo lugar, na microrregião de João Pessoa, está a costela, seguida do pernil. Souza (2007) em pesquisa com consumidores de carne suína do município de Pelotas, Rio Grande do Sul, verificou que a maioria dos consumidores citou o lombo como o corte de maior preferência, seguido da costela e do pernil. Em pesquisa realizada por Antonangelo et. al. (2011) quanto ao perfil dos consumidores de carne suína no município de Botucatu, São Paulo, a maior preferência no cardápio dos consumidores é a bisteca e o lombo, seguidos da costela e pernil. Verifica-se que estes quatro cortes aparecem ocupando sempre as primeiras colocações, embora, dependendo da região, em posições diferentes, isto demonstra que a preferência por um corte cárneo também está relacionada aos hábitos de consumo de cada região.

Figura 4: Cortes Cárneos Suínos mais Apreciados pelos Consumidores.



Fonte: Próprio autor.

Os entrevistados foram questionados quanto aos aspectos que o leva a não consumir carne suína (Tabela 5). Para 52,2% dos consumidores a justificativa de não consumir carne suína é que eles já consomem com frequência, pois para o consumidor o consumo de carne suína normal é de uma vez por mês, seguida pela falta de hábito com 26,1% e por não gostar do sabor da carne com 6,4%.

Tabela 5: Percentual de Justificativas de não Consumir Carne Suína.

	Hábito de consumo			Total
	Sim	Não	Não, mas consome embutidos	
Falta de hábito	14,6%	1,9%	9,6%	26,1%
Não gosta do sabor	1,3%	1,9%	3,2%	6,4%
Alto preço	0,6%	0,6%	0%	1,3%
Não sabe preparar	2,5%	1,3%	1,3%	5,1%
Acha a carne muito gordurosa	2,5%	0%	0,6%	3,2%
Questões sanitárias	1,3%	0%	0,6%	1,9%
Nenhuma das anteriores (pois consumo com frequência)	51%	0%	1,3%	52,2%
Outros	3,2%	0%	0,6%	3,8%

Fonte: Próprio autor.

A Tabela 6 apresenta o percentual de justificativas da comunidade Florianopolitana de não consumir carne suína com maior frequência. Nela, observa-se que maioria dos consumidores alegam a falta de hábito com 45,9%, seguida de nenhuma das anteriores (pois consome com frequência) e outros que apareceram com 33,1%. No presente trabalho a gordura ficou em quarto e saber preparar somente de uma forma ficou em quinto lugar na justificativa de não consumir carne suína com maior frequência usada pelo consumidor, diferente de Barata et. al. (2014) que preço e gordura têm os maiores percentuais de justificativas da Comunidade Ufraniana - Universidade Federal Rural da Amazônia.

Tabela 6: Percentual de Justificativas de não Consumir Carne Suína com Maior Frequência.

	Hábito de consumo			Total
	Sim	Não	Não, mas consome embutidos	
Falta de costume	29,9%	3,2%	12,7%	45,9%
Preço	3,2%	1,9%	0,6%	5,7%
Sabe preparar somente de uma forma	6,4%	0%	0%	6,4%
Acha muito gordurosa	4,5%	0%	1,9%	6,4%
Nenhum das anteriores, pois não consome	0%	0,6%	1,3%	2,5%
Nenhuma das anteriores (pois consumo com frequência)	25,5%	0%	0%	25,5%
Outros	7%	0%	0,6%	7,6%

Fonte: Próprio autor.

O estudo demonstrou que as empresas, produtores e entidades ligadas à cadeia suinícola devem deixar explícitos os avanços alcançados no setor da suinocultura, desmistificando os mitos e lendas ao redor da carne suína, o que sugere a realização de uma maior divulgação pela mídia visando apresentar as características e qualidade da carne suína. Além disso, a carne suína bem apresentada, em embalagens atraentes e com receitas de fácil preparo e em porções adequadas às necessidades do consumidor moderno, com cortes variados e sugestivos para as diversas formas de preparo (panela, forno, frigideira, grelha, churrasco etc.), incentivando aumento do consumo.

6. CONCLUSÃO

A frequência de consumo da carne suína mesmo sendo maior em Santa Catarina em relação ao resto do país, ainda pode ser aumentada, pois a maioria dos entrevistados no município de Florianópolis já consomem a carne suína só não consome com maior frequência pela falta de hábito.

Ficou evidenciado que os consumidores não se atêm à variável preço e evitam se alimentar de carne suína e seus derivados pela falta de hábito, não saber preparar e pela falta de informação quanto à qualidade nutricional dessa carne, que é o principal critério de escolha dos consumidores florianopolitanos.

O potencial de crescimento do consumo da carne suína em Florianópolis está relacionado ao fato de que Santa Catarina tem uma produção de carne suína muito significativa possibilitando um alimento fresco e habitual na rotina semanal da maioria dos consumidores, e com preços mais acessíveis. Mas como sugestão investimentos em marketing com o uso de receitas de fácil preparo e propaganda poderiam ser realizados para conscientizar a população quanto à qualidade da carne suína.

REFERÊNCIAS

AASLYNG, M. D. et. al. **The impact of sensory quality of pork on consumer preference**. Meat Science, v. 76, p. 61-73, 2007.

ANTONANGELO, A. et. al. **Perfil dos Consumidores de Carne Suína no Município de Botucatu – SP**. Téchne e Lógos, Botucatu, SP, v.2, n. 2, 2011.

Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína. Brazilian Pork. São Paulo, 2013.

Associação Brasileira de Proteína Animal. **Produção Mundial de Carne Suína**. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.abipecs.org.br/pt/estatisticas/mundial/producao-2.html>>. Acesso em: 17 fevereiro de 2015.

BARATA, Y. M. L. et. al. **Perfil do Consumidor da Carne Suína na Comunidade Acadêmica Universidade Federal Rural da Amazônia**. XIII Seminário Técnico Científico de Aves e Suínos – AveSui. Florianópolis - SC, 2014.

BARCELLOS, M. D. **“Beef Lovers”: Um estudo cross-cultural sobre o comportamento de consumo de carne bovina**. 2007. 329 f. Tese (Doutorado) – Curso de Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

BECKER, T. **Defining meat quality**. In: Meat processing: improving quality. New York: CRC Press, 451p, 2002.

BEZERRA, J. M. M. et al. **Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, estado da Paraíba**. Ciência Animal Brasileira, v. 8, n. 3, p. 485-493, 2007.

BRASHEAR, G. et. al. **Effect of raw material pH, pump level and pump composition on quality characteristics of pork**. Journal of Muscle Foods, v.13, n.3, p.189-204, 2002.

BRYHNI, E. A. **Consumer and sensory investigations in relation to physical/chemical aspects of cooked pork in Scandinavia**. Meat Science, v. 65, p. 737-748, 2003.

CAVALCANTE NETO, A. **Caracterização, avaliação e estratégias de desmistificação dos consumidores e do mercado da carne suína no Estado da Paraíba**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Zootecnia) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal da Paraíba, Areia, Paraíba, 2003.

Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural – EPAGRI – SC. RODIGHIERI, J. A. **A evolução no consumo das carnes – destaque para o frango – 20/11/2012**. Florianópolis, Santa Catarina, 2012.

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. **A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 46, 2008, Acre. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Acre: SOBER, 2008.

GOODING, J. P. et. al. **Characterization of striping in fresh, enhanced pork loins**. Meat Science, v.81, n.2, p.364-371, 2009.

HEINEN, S. M. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína**. Trabalho de conclusão de curso, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Medianeira, Paraná, 2013.

HOLMER, S.F. et. al. **The effect of pH on shelf-life of pork during aging and simulated retail display**. Meat Science, v.82, n.1, p.86-93, 2009.

HONIKEL, K.O. **Reference methods for the assessment of physical characteristics of meat**. Meat Science, v. 49, n.4, p.447-457, 1998.

HORTA, F. C. et. al. **Estratégias de sinalização da qualidade da carne suína ao consumidor final**. Revista Brasileira Agrociência, Pelotas, 2010. v.16, p.15-21.

LAWRIE, R.A. **Ciência da Carne**. Porto Alegre: Artmed, 2005. 384p.

MENASCHE, R. **A agricultura familiar à mesa: Saberes e práticas de alimentação no Vale do Taquari**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - MAPA. Animal. Mercado interno. Espécies. **Suínos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/animal/especies/suinos>>. Acesso em: 17 junho de 2015.

MURATA, L.S. et. al. Perfil do consumidor da carne suína no Distrito Federal. In: Congresso de Suinocultura do Nordeste, 1., 2002, Anais. 2002. p.105-106.

RODRIGUES, M. C. C. et. al. **Avaliação do consumo de carne suína entre os cursos medicina veterinária, agronomia e zootecnia.** In: XX Congresso de Iniciação Científica. II Mostra Científica, Universidade Federal de Pelotas, 2011.

ROPPA, L. **Carne suína: mitos e verdades.** Disponível em: <<http://porkworld.com.br/artigos/post/carne-suina-mitos-e-verdades>>. Acesso em: 17 junho de 2015.

SAMPAIO, I. B. M. **Estatística aplicada à experimentação animal.** Belo Horizonte: FEPMVZ, 1998.

SANTOS, T. M. B. et. al. **Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS.** Revista Brasileira Saúde Produção Animal, Salvador, v. 12, n. 1, p. 1-13, 2011.

SARCINELLI, M. F.; VENTURINI, K. S.; SILVA, L. C. **Características da Carne Suína.** Universidade Federal do Espírito Santo/UFES Pró-Reitoria de Extensão, Programa Institucional de Extensão Boletim Técnico, 2007.

SOUZA, F. B. R. et. al. **Perfil do Consumidor de Carne Suína no Município de Pelotas-RS.** XVII CIC, XI ENPOS I Mostra Científica. FAEM – Universidade Federal de Pelotas - Campus Universitário, 2007.

THOMS, E. et. al. **Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR.** Revista Acadêmica: Ciências Agrárias e Ambientais, Curitiba, v. 8, n. 4, p. 449-459, 2010.

TRUOCCHIO, T. B. R; ANTONIALLI, L. M. **Atributos considerados importantes na decisão de compra dos compradores de carne suína em Belo Horizonte-MG.** In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2008, Acre. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Acre: SOBER, 2008.

VERBEKE, W. et. al. **European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork.** Meat Science, v. 84, p. 284-292, 2010.

ZAMBERLAN, L. **A Influência do Atributo de Segurança na Segmentação dos Consumidores de Carne Suína da Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do**

Sul. Santa Rosa - RS. 2002. Dissertação (Mestrado) - Versão preliminar da dissertação de mestrado a ser submetida à Fundação Getúlio Vargas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Empresarial, 2002.

ANEXO

Anexo 1: Questionário

1.Faixa etária:

- ☐ Até 20 anos ☐ Entre 20 e 30 anos
☐ Entre 31 e 40 anos ☐ Entre 41 a 50 anos
☐ Entre 51 e 60 anos ☐ Acima de 61 anos

2.Gênero:

- ☐ Feminino ☐ Masculino

3.Renda mensal (resposta opcional):

- ☐ até 3 salários mínimos
☐ 3 a 6 salários mínimos
☐ 6 a 10 salários mínimos
☐ 10 a 20 salários mínimos
☐ Acima de 20 salários mínimos

4.Tem o hábito de consumir carne suína "in natura" (carne comprada sem tempero)?

Em caso positivo, prosseguir no questionário. Em caso negativo, pular para a questão número 10 e 11.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Não, mas consumo embutidos (presunto, copa, salsicha, etc)

5.Local da compra:

- ☐ Mercado
☐ Açougue
☐ Boutique de carne

6.Qual o principal critério de escolha na hora da compra?

- ☐ Qualidade ☐ Corte
☐ Forma como é produzido (ex: orgânico)
☐ Quantidade de gordura ☐ Marca
☐ Preço ☐ Validade

7. Em qual refeição você consome carne suína?

- ☐ Churrasco
- ☐ Refeição especial
- ☐ Refeição comum
- ☐ Fora de casa: restaurantes, eventos, etc

8. Com qual frequência você consome carne suína “in natura” (carne comprada sem tempero):

- ☐ Diariamente
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 2 vezes por semana
- ☐ 3 vezes por semana
- ☐ Mais de 3 vezes por semana
- ☐ A cada 15 dias
- ☐ Uma vez por mês
- ☐ Nunca

9. Quais cortes você consome. Escolha até 3 cortes:

- ☐ Alcatra ☐ Carré (bisteca)
- ☐ Copa ☐ Costela
- ☐ Coxão duro ☐ Coxão mole
- ☐ Filezinho ☐ Joelho
- ☐ Lombo ☐ Paleta
- ☐ Patinho ☐ Pernil
- ☐ Picanha ☐ Tatu ou lagarto

10. O que leva você a não consumir carne suína?

- ☐ Falta de hábito
- ☐ Não gosta do sabor
- ☐ Alto preço
- ☐ Não sabe preparar
- ☐ Religião
- ☐ Acha a carne suja
- ☐ Acha a carne muito gordurosa
- ☐ Questões sanitárias
- ☐ Nenhuma das anteriores (pois consumo com frequência)

☐ Outro:

11. O que leva você a não consumir mais vezes carne suína na semana?

- ☐ Falta de hábito
- ☐ Preço
- ☐ Sabe preparar somente de uma forma
- ☐ Acha muito gordurosa
- ☐ Nenhum das anteriores, pois não consome
- ☐ Nenhuma das anteriores (pois consumo com frequência)
- ☐ Outro:

12. Qual bairro você reside?

- ☐ Agronômica
- ☐ Canasvieiras
- ☐ Capoeiras
- ☐ Centro
- ☐ Coqueiros
- ☐ Córrego Grande
- ☐ Estreito
- ☐ Ingleses
- ☐ Itacorubi
- ☐ Jardim Atlântico
- ☐ João Paulo
- ☐ Lagoa
- ☐ Monte Cristo
- ☐ Pantanal
- ☐ Rio Vermelho
- ☐ Santa Mônica
- ☐ Tapera
- ☐ Trindade
- ☐ Outro: